

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Label Halal dan Kualitas Produk terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Menggunakan Citra Merek (*Brand Image*) sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus pada *Fans Page Facebook Wardah Cosmetics*). Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan kausal. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Instrument penelitian ini menggunakan kuesioner. Penelitian ini menggunakan *tools Statistical PATH Analysis*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal dan kualitas produk secara bersama-sama (simultan) terhadap citra merek (*brand image*) mempunyai hubungan yang kuat atau positif, dan secara parsial label halal berpengaruh signifikan terhadap citra merek (*brand image*). Citra merek (*brand image*) terhadap proses keputusan pembelian tidak terdapat hubungan yang kuat. Label halal dan kualitas produk secara bersama-sama (simultan) terhadap proses keputusan pembelian juga mempunyai hubungan yang kuat atau positif, dan secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian. Label halal dan kualitas produk secara bersama-sama (simultan) terhadap proses keputusan pembelian melalui citra merek (*brand image*) juga mempunyai hubungan yang kuat atau positif, dan secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian melalui citra merek (*brand image*).

Saran untuk Wardah *Cosmetics* adalah menjaga dan meningkatkan kualitas produk pada bagian kualitas dan keamanan bahan baku yang digunakan untuk semua produk kosmetik Wardah. Sedangkan saran untuk penelitian selanjutnya adalah memperluas objek penelitian yaitu penelitian dapat dilakukan pada *followers* akun twitter Wardah *Cosmetics* dan pada sosial media yang lain.

Kata Kunci: Label Halal, Kualitas Produk, Citra Merek (*Brand Image*), Proses Keputusan Pembelian